

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CIRENG *TOPPING*
BERORIENTASI PASAR
(Studi Kasus : i-Cireng Topping, Karanganyar, Jawa Tengah)**



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :
Gilang Ansori
D 600 140 125

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CIRENG TOPPING
BERORIENTASI PASAR
(Studi Kasus : i-Cireng Topping, Karanganyar, Jawa Tengah)**

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjan Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.


Hari :
Tanggal :

Disusun Oleh :

Nama : Gilang Ansori
NIM : D 600.140.125
Jur/Fak : Teknik Industri / Teknik

Mengesahkan :

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Suranto, ST. MM. MSi.

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CIRENG TOPPING
BERORIENTASI PASAR
(Studi Kasus : i-Cireng Topping, Karanganyar, Jawa Tengah)

Telah Dipertahankan pada Sidang Pendadaran Tugas Akhir
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta
Dihadapan Dewan Penguji

Hari/Tanggal :

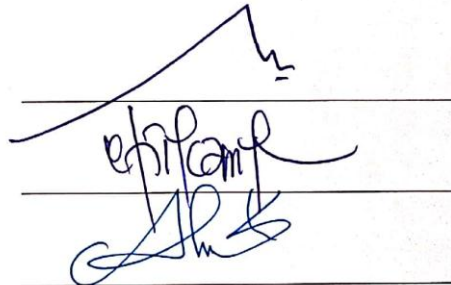
Jam :

Menyetujui:

Nama

TandaTangan

1. Dr. Ir. Suranto, ST. MM. MSi.
(Ketua)
2. Etika Muslimah, ST. MM. MT.
(Anggota)
3. Ahmad Kholid Alghofari, ST, MT
(Anggota)



Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik



(Dr. Sri Sunarjono, M. T., Ph. D.)

Ketua Jurusan Teknik Industri



(Eko Setiawan, S. T., M. T., Ph. D.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya siap bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 30 Januari 2020



Gilang Ansori

MOTTO

“Kejujuran adalah hadiah yang paling mahal, jangan berharap itu dari orang yang merahan”

Warrn Buffett

“Ketka segalanya terlihat berlawanan dengan yang apa kamu inginkan, ingat, pesawatpun terbang melawan arus”

Henry Ford

“Lebih baik mencoba tapi gagal daripada menyesal tanpa melakukan apapun”

Gilang Ansori

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua, ibu dan ayah terutama dan juga keluarga tercinta.
2. Kekasih tercinta yang selalu mendampingi senang maupun susah.
3. Bapak Dr. Ir. Suranto, ST. MM. MSi., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir penulis.
4. Universitas Muhammadiyah Surakarta
5. Teman-Teman angkatan 2014
6. Sahabat dan teman penulis yang selalu membantu support dan doa.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CIRENG TOPPING BERORIENTASI PASAR (Studi Kasus : i-Cireng Topping, Karanganyar, Jawa Tengah). Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tentunya banyak pihak yang terlibat didalamnya yang juga sangat membantu, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Sri Sunarjono, MT, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Eko Setiawan, ST, M.T, Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Hari Prasetyo, ST. MT. Ph.D., selaku Pembimbing Akademik dan yang telah memberikan bimbingan, dan arahan kepada penulis di lingkungan perkuliahan.
4. Bapak Dr. Ir. Suranto, ST. MM. MSi. selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, dan arahan kepada penulis di dalam penulisan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali ilmu kepada penulis selama masa kuliah.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa terbaiknya.
7. Teman-teman angkatan 2014 yang telah membantu masa-masa sulit di dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga selesai.

Bahwasanya dalam penulisan ini masih terdapat kekurangan, penulis mohon kritik dan saran dari para pembaca agar laporan Tugas Akhir ini menjadi lebih baik lagi. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Surakarta, 30 Januari 2020

Gilang Ansori

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Makanan Tradisional Cireng	6
2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	6
2.3 Manajemen Strategi	7
2.4 Penyusunan Strategi	9
2.5 Analisis Konjoin	10
2.5.1 Definisi Analisis Konjoin	10
2.5.2 Tahapan Analisis Konjoin	12
2.6 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	16
2.7 <i>SPSS Syntax Editor</i>	19
2.8 Tinjauan Pustaka	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Kerangka Penelitian Identifikasi Masalah	30
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Identifikasi Masalah	31
3.4 Pengumpulan Data	31
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.6 Analisis Data	33
3.7 Kesimpulan dan Saran	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Objek Penelitian	35
4.2 Pengumpulan Data	35
4.2.1 Wawancara	35
4.2.2 Triangulasi	35
4.2.3 Kuisisioner	39
4.3 Metode Pengolahan Data	39
4.4 Metode Analisis Data	42
4.4.1 Merumuskan Masalah	42
4.4.2 Penentuan Jenis Data yang Diperlukan	43
4.4.3 Uji Validitas	43
4.4.4 Uji Reliabilitas	44
4.4.5 Membentuk Desain Orthogonal i-Cireng Topping	45
4.4.6 Interpretasi Hasil	47
4.5 Tiga Level Hierarki Strategi	53
4.5.1 Strategi Korporasi	53
4.5.2 Strategi Bisnis	53
4.5.3 Strategi Fungsional	54
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	21
Tabel 4.1 Hasil Triangulasi dari Ketiga Narasumber	36
Tabel 4.2 Perbedaan i-Cireng <i>Topping</i> Setelah Triangulasi	38
Tabel 4.3 Atribut dan Taraf Produk Cireng <i>Topping</i>	42
Tabel 4.4 <i>Skala Likert</i>	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Atribut Orthogonal	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Atribut Kebutuhan Konsumen	45
Tabel 4.7 <i>Card List</i> Berdasarkan Desain Orthogonal	46
Tabel 4.8 Tabel <i>Utilities</i> Hasil Pengolahan SPSS 17	49
Tabel 4.9 Output Nilai Kepentingan pada SPSS versi 17	51
Tabel 4.10 Strategi Yang Perlu Diterapkan	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram <i>Relationship</i> Strategi Pengembangan Usaha Cireng	10
Gambar 2.2 Tahapan Analisis Konjoin	12
Gambar 3.1 Metode Penelitian	30
Gambar 4.1 Hasil Penjualan i-Cireng <i>Topping</i>	39
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden	40
Gambar 4.3 Diagram Usia Responden	40
Gambar 4.4 Diagram Pendapatan/bulan Responden	41
Gambar 4.5 Kombinasi Atribut pada SPSS 17	45
Gambar 4.6 <i>Syntax</i> Nilai Kegunaan dan Kepentingan pada SPSS	48

ABSTRAK

“i-Cireng Topping” adalah usaha cireng yang bertempat di Alun-alun Karanganyar, tepatnya sebelah selatan Masjid Agung Karanganyar. Usaha ini didirikan menurut fenomena inovasi-inovasi yang terjadi pada makanan tradisional. Analisis konjoin adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang tersusun atas kombinasi atribut-atribut yang ada. Guna mengetahui cireng yang disukai masyarakat dilakukan uji analisis konjoin pada i-Cireng *Topping* dengan menggunakan 75 pembeli sebagai responden, yang kemudian didapatkan 81 rangkaian atribut dengan menggunakan *software* SPSS 17. Hasil penelitian dengan menggunakan uji Konjoin menunjukkan bahwa konsumen menginginkan cireng dengan beberapa faktor atribut, meliputi atribut produk bumbu, model *topping*, *packing*, dan model *topping*. Kemudian berdasarkan atribut harga adalah porsi, harga, jumlah, dan kombinasi *topping*. Sedangkan atribut promosi adalah potongan harga, gratis, kupon, porsi ekstra, dan *giveaway*, sedangkan atribut tempat berdasarkan konsep dan waktu penjualan.

Kata Kunci: *Orientasi Pasar, Cireng, Konjoin, Topping, SPSS*

ABSTRACT

"I-Cireng Topping" is a cireng business located in Karanganyar Square, precisely south of the Great Karanganyar Mosque. This business was founded according to the phenomenon of innovations that occur in traditional food. Conjoining analysis is a method used to analyze consumer preferences regarding a product or service that is composed of a combination of existing attributes. In order to find out what cireng that the public likes, a conjoint analysis test was conducted on i-Cireng Topping by using 75 buyers as respondents, which then obtained 81 sets of attributes using SPSS 17 software. The results of the study using the Conjoin test showed that consumers wanted cireng with several attribute factors, including the attributes of seasoning products, topping models, packing, and topping models. Then based on price attributes are portions, prices, quantities, and topping combinations. While the promotional attributes are price discounts, freebies, coupons, extra portions, and *giveaway*, while the place attributes are based on concept and time of sale.

Keywords: *Market orientation, Cireng, Konjoin, Topping, SPSS*